

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan maupun untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis. Pada dasarnya, tujuan utama dari sebuah bisnis adalah kepuasan konsumen. Ini adalah situasi yang ditunjukkan konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan mereka diharapkan dan terpenuhi dengan baik.



Gambar 1. 1

Data Jumlah Konsumsi Kopi Di Indonesia

Sumber : *International Coffee Organization, (2020)*

Pertumbuhan bisnis kedai kopi modern hingga tahun 2021 mencapai 2.937 gerai. Persaingan tersebut menjadikan aktivitas pemasaran untuk memenangkan dan harus melalui berbagai metode pemasaran yang inovatif. Perkembangan produk yang pesat mendorong pebisnis maupun perusahaan untuk berlomba-lomba mengambil hati konsumen dengan cara apapun dengan tujuan memperoleh

keuntungan yang maksimal (Cahyani & Sutrasmawati, 2016). Untuk itu, pebisnis maupun perusahaan dapat melakukan pemberian nilai produk dan kepuasan bagi konsumen agar produk dianggap memiliki keunggulan dari produk pesaing (Fauziah, 2019).

Kepuasan konsumen tentunya menjadi keinginan semua pelaku bisnis. Karena kepuasan konsumen merupakan suatu kegiatan yang dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen tersebut sehingga dapat membeli kembali. Kepuasan konsumen juga menjadi tolak ukur bagi pembisnis dalam mengetahui seberapa puas konsumen mendapatkan apa yang diberikan perusahaan.

Cafe MR.DAM memiliki menu yang bervariasi diantaranya ada kopi dan non kopi. Salah satu menu andalan cafe MR.DAM adalah kopi susu gula aren yang menjadi penjualan terbanyak. Cafe MR.DAM menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, mulai dari biji kopi, susu dan bahan-bahan lainnya.

Produsen hendaknya mengetahui keadaan pasar agar, produk serta varian rasa jenis *coffe* yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Selain kepuasan konsumen senantiasa menjadi keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang *coffeshop* yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberi kepuasan kepada konsumennya. Menurut Smilansky (2019). Menyatakan konsumen beranggapan bahwa hidup adalah kumpulan pengalaman, sehingga setiap aktivitas yang dilakukan konsumen termasuk mengkonsumsi suatu produk atau jasa adalah suatu pengalaman, jika pengalaman tersebut otentik, maka konsumen tidak ragu-

ragu untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut untuk kesebelas kalinya, sangat dekat. Persaingan memaksa setiap perusahaan saling bersaing untuk memuaskan konsumen. Kepuasan juga akan mendorong komunikasi dari mulut ke mulut yang positif. Komunikasi yang dikomunikasikan oleh konsumen yang puas dapat berupa referensi ke calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan menurut Heryanto (2019)

Menurut Eka Giovana (2020) faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen diantaranya yaitu harga, kualitas produk, lokasi yang strategis dan kemudahan, pelayanan setiap *cafe* manapun pastinya menginginkan konsumen setia yang selalu datang kembali. Tentunya tidak lepas untuk memiliki progres pendapatan yang baik dari waktu ke waktu. Sayangnya, untuk bisa memiliki konsumen setia maka sebuah *cafe* haruslah memiliki pelayanan yang baik, ramah, agar semua konsumen betah dan merasa nyaman dan juga kualitas produk harus stabil dan konsisten dimana setiap pesanan produk-produk harus selalu ada serta kualitasnya harus benar-benar terjaga dari segi kebersihannya pada produknya, saat pelayanan menyajikan hidangan dan minuman, serta harga disesuaikan dengan menu makanan dan minuman supaya konsumen tidak merasa keberatan karena didunia kuliner saat ini persaingan harga juga membuat konsumen bertahan serta loyal terhadap *cafe* yang kita miliki.

Usaha *cafe* diberbagai kota semakin lama semakin berkembang pesat. Bisa kita lihat diberbagai kota khususnya daerah Tangerang, ada saja tempat *coffeshop* yang ingin sekali dikunjungi. Sebagian besar tempat yang banyak dikunjungi ialah

cafe, karena disitu konsumen bisa bersantai berlama-lama menghabiskan waktu senggang untuk berkumpul bersama teman-teman atau rekan kerja, hal ini menjadi pendorong setiap *cafe* menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman untuk pengunjung. Tidak hanya menyediakan makanan dan minuman. Kebanyakan *cafe* yang berada dikota Tangerang juga menyediakan fasilitas pendukung lain untuk memberikan kenyamanan pada konsumennya, seperti *wifi* dan *live music*. Berikut adalah data penjualan :

Tabel 1. 1
Data Penjualan

No	Bulan	Pendapatan
1	November	Rp. 21.300.000
2	Desember	Rp. 25.550.000
3	Januari	Rp. 19.712.000
4	Febuari	Rp. 18.140.000

(Sumber : Data pengusaha *cafe* MR.DAM 2021-2022)

Berdasarkan tabel diatas *cafe* MR.DAM mengalami ketidak setabilan dalam penghasilan disetiap bulannya. Penghasilan tertinggi pada bulan Desember dengan pendapatan sebesar 30,16% sedangkan penghasilan terrendah pada bulan Febuari sebesar 21,42%. Jadi penurunan di bulan Desember sampai Febuari sebesar 8,74%. Dari hasil prasurvey yang dilakukan peneliti terhadap Cafe MR.DAM berdasarkan kepuasan konsumen menyatakan bahwa rata-rata konsumen yang berkunjung ke *cafe* MR.DAM lebih banyak anak muda yang ber usia 21-25 tahun sebanyak 67.7%, lebih dari 3 kali sebanyak 61.3%, rekomendasi

dari teman sebanyak 74.2%, untuk harga murah sebanyak 93.5%, lokasi yang terjangkau sebanyak 90.3%. konsumen menyatakan untuk kualitas produk cafe MR.DAM lebih banyak yang tidak puas sebanyak 74.2%,

adanya penurunan pendapatan pada *cafe* MR.DAM dikarenakan beberapa faktor diantaranya Kualitas Produk yang kurang baik seperti rasa yang tidak sesuai, kemasan yang kurang menarik, bumbu yang kurang berasa sehingga menyebabkan terjadinya *komplen* konsumen kepada *cafe* MR.DAM. selain kualitas produk harga yang mahal dan juga tidak sesuai dengan kualitas produk yang menjadikan faktor konsumen untuk *komplen*. Selain dua faktor diatas ada faktor lain yang membuat konsumen melakukan *komplen* adalah lokasi, akses jalan yang macet membuat konsumen mengeluh sehingga menyebabkan konsumen memilih *cafe* lain.

Salah satu yang membuat konsumen untuk mendatangi *cafe* MR.DAM karena kualitas produknya yang baik, sehingga membuat para konsumen terus mendatangi *cafe* MR.DAM untuk membeli produk favorit yang tersedia. *Cafe* MR.DAM selalu memberikan kualitas produk yang menyehatkan serta selalu menjaga nilai herbal yang terkandung dari bahan peracik makanan serta minuman. Untuk makanan dan minuman yang ditawarkan juga tersaji rapih dengan tambahan hiasan yang dapat mempercantik sajian produk makanan atau minumannya.

Penelitian yang dilakukan Risatul Umami, As'at Rizal, Sumartik (2019) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen,

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eka Giovania Asti, Eka Avianti Ayuningtyas (2020) menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang konsumen tebus untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. (Fandy Tjiptono dan Gregorius Ch andra,2019) menyatakan bahwa harga merupakan bauran harga berkenaan dengan strategi dan taksis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantaranya berbagai kelompok pelanggan. Maka disimpulkan bahwa harga adalah jumlah nominal yang harus dikorbankan atas nilai yang dihasilkan dari suatu produk atau jasa serta menjadi sebuah simbol atas berpindahnya hak kepemilikan (Manampiring dan Wenas, 2017)

Untuk harga yang ditawarkan MR.DAM sangat terjangkau bagi kalangan pelajar, mahasiswa, dan para pekerja. Dengan harga yang terjangkau konsumen dapat menikmati secangkir *coffe* dengan fasilitas yang sudah disediakan, harga *coffe* di MR.DAM kisaran Rp. 15.000 hingga Rp. 30.000 dengan harga yang terjangkau konsumen dapat menikmati secangkir *coffe* sambil bercanda ria dengan teman-teman. Karena banyak dari konsumen yang memilih harga murah dengan kualitas bagus, hingga akhirnya konsumen kembali datang untuk membeli *coffe* di MR.DAM.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Giovania Asti, eka Avianti Ayuningtias (2020) menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen,

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rabiah (2020) menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Lokasi juga menentukan suatu keputusan pembelian pada produk, tempat terutama mengacu pada lokasi dan distribusi yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh jasa perusahaan. Lokasi *cafe* MR.DAM berada di daerah yang strategis, mudah diakses menggunakan alat transportasi umum yang berlokasi di Jl. KH. Wahid Hasyim, Jurang Mangu Timur, Kec. Pondok Aren, Tangerang 15222.

Cafe menjadi tempat yang paling asik untuk berkumpul dan bercanda bersama teman-teman, karena tersedianya fasilitas yang memuaskan konsumen pada *cafe* tersebut sehingga para konsumen nyaman untuk bertugas atau mengerjakan suatu pekerjaan di *Cafe* tersebut.

Penelitian yang dilakukan Akbar Andika, Annisa Uswatun Hasana, Intan Rahmawati (2020) menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Andreas S, Manampiring, Williem J.A F. Tumbuan, Rudy S. Wenas (2017) menyatakan bahwa Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe MR.DAM Di Pondok Aren, Tangerang Kota”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM ?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM ?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui:

- a. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe MR.DAM.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan lagi bagi peneliti selanjutnya, dan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana.
2. Bagi Akademik penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kepuasan konsumen bagi pembaca dan dapat digunakan bagi referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen.
3. Bagi Perusahaan menjadi salahsatu sumber informasi untuk mengetahui kepuasan konsumen pada saat datang ke *cafe* MR.DAM dan membuat strategi pemasaran untuk menghadapi pesaing *cafe*.

